

неприятие инструментальной актуализации. 75 % респондентов не согласились, что заслуживающий профессионального признания журналист «выделяет информацию в конфликте, которая подерживает его точку зрения». Разница в ответах на вопрос, который содержал близкий к практике пример, и на теоретический вопрос показывает, что между заявляемыми журналистами представлениями (о том, как должно быть) и их практическим применением может существовать различие.

Таким образом, анализ показывает необходимость учитывать при изучении освещения конфликтов СМИ такие факторы, как уровень культурного капитала журналистов, характеристики габитуса журналиста и связанные с ним диспозиции, особенности поля журналистики и ведущаяся в нем борьба за определение, каким должно быть освещение конфликтов. Для распространения определенных практик освещения конфликтов имеют значение разные проявления символического капитала – признание со стороны массовой аудитории, политических сил или профессионального сообщества.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Бурдые П. Начала. М., 1994.
- Герасимович О. П. Дескриптивный анализ материалов СМИ о конфликтах // Весн. БДУ. Сер. 4, Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. 2013. № 1. С. 60–63.
- Герасимович О. П. Топологическая матрица изучения СМИ в конфликте // Весн. БДУ. Сер. 4, Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. 2010. № 2. С. 69–72.
- Справочно-аналитическая информация о деятельности отрасли СМИ и печати в 2013 году : подготовлена к заседанию коллегии Министерства информации Республики Беларусь по итогам работы в 2013 году / М-во информ. Респ. Беларусь. Минск, 2014.
- Шампань П. Двойная зависимость // Socio-Logos'96. Альманах Российско-французского центра социологических исследований Института социологии Российской академии наук [Электронный ресурс]. 1996. Режим доступа: <http://sociologos.net/textes/champagne.htm> (дата обращения: 01.09.2014).
- Шматко Н. А. «Габитус» в структуре социологической теории // Журнал социологии и социальной антропологии. 1998. Т. 1, № 2 [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.jourssa.ru/sites/all/files/volumes/1998_2/Shmatko_1998_2.pdf (дата обращения: 01.09.2014).
- Hanitzsch T. Deconstructing journalism culture: toward a universal theory // Communication Theory. 2007. Vol. 17, iss. 4. P. 367–385.
- Kepplinger H. M., Brosius H. B., Staab J. F. Instrumental Actualization: A Theory of Mediated Conflicts // Europ. J. of Communication. 1991. Vol. 6, № 3. P. 263–290.
- Schultz P. J., Hartung U., Fiordelli M. Do Journalists' Opinions Affect News Selection in a Low-Key Conflict? Newspaper Coverage of the Discussion of Smoking Bans in Switzerland // Journalism and Mass Communication Quart. 2012. Vol. 89, № 3. P. 414–430.
- Поступила в редакцию 09.09.2014.

Ольга Петровна Герасимович – старший преподаватель кафедры медиалогии и веб-журналистики Института журналистики БГУ.

УДК 008-053.81+316.61-053.81

О. В. ДУБРОВСКАЯ

СОЦИАЛИЗАЦИЯ МОЛОДЕЖИ: ВЛИЯНИЕ СУБКУЛЬТУРЫ И КОНТРАКУЛЬТУРЫ

Резюме. Рассматриваются характеристики современной молодежной культуры. Несмотря на ее неоднородность и многообразие форм и направлений, сегодня происходит переоценка ценностей предшествующих поколений с позиций рационализма и прагматизма. Романтично-героические идеалы, где служение исключительно добру было нормой, заменяются идеалами личной выгоды и пользы. Объективная реальность существующей цивилизационно-культурной среды определяет стереотипы мышления и поведения молодежи, а значит, и ее ценностные ориентиры. Современная молодежная культура уникальна и является составной частью культуры общества и основой для его дальнейшего культурного развития.

Ключевые слова: социализация; молодежь; культура; контркультура; ценности; социокультурное пространство; информационная революция; глобальные сети.

Abstract. The author examines the characteristics of contemporary youth culture. Revaluation of all values of previous generations from the standpoint of rationalism and pragmatism comes despite its heterogeneity and diversity of forms and directions. Romantic and heroic ideals, where the service was exceptionally good norm replaced by the ideals of personal gain and profit. Objective reality civilizational-cultural environment determines patterns of thinking, feeling and behavior of young people, and therefore its value orientations. Contemporary youth culture in its own unique and inimitable and is an integral part of the culture and society possible basis for further cultural development.

Key words: socialization; youth; culture; counterculture; values; socio-cultural space; the information revolution; global networks.

Молодежная культура – это сложносоставной системный феномен, являющийся элементом культуры общества и отражающий особенности культурного процесса, протекающего в молодежной среде.

Актуальность изучения проблем этой сферы, обострившихся к концу XX – началу XXI в., с одной стороны, связана со снижением культурного уровня, утратой национально-культурной самоидентификации подрастающего поколения, с другой – с особой исторической и социальной значимостью для судьбы государства и общества. Именно качественные характеристики культуры

молодежи в значительной степени определяют общественно-государственное развитие страны, национальный менталитет.

Социально-философское осмысление проблем началось еще в античности. То, что молодежь выполняет исключительно важную функцию, служит преемницей материальных и духовных ценностей, созданных предшествующими поколениями, было понятно еще мыслителям древности. Неслучайно в своих учениях они обращались прежде всего к молодому поколению. При этом молодость воспринималась как вспомогательное средство, податливый материал для реализации идей.

Взгляд, согласно которому молодость — это подготовительный этап жизни, самоценность которого минимальна, сохранялся и в Новое время. Процесс акселерации существенно ускорял физическое созревание, но усложнение производства и общественно-политической жизни откладывало сроки социализации молодых людей. Однако демократические преобразования и возрастающая активность молодежи влекли за собой переоценку ее роли в обществе. Известный швейцарский педагог И. Г. Песталоцци одним из первых отстаивал убеждение, что молодость — самоценный этап жизни человека. Справедливость этого убеждения стала очевидной в XX в., когда повышение социального статуса молодежи, что проявлялось в активизации ее выступлений, уже ни у кого не вызывало сомнений.

В советском обществе преобладала трактовка молодежи как монолитного целого. В этот период была создана определенная система ценностей, политических и нравственных ориентиров, идеалов и стереотипов поведения. Молодежная культура в советский период обладала идеологической политизацией, одномерностью стандартов образа жизни. При анализе состояния молодежной культуры в советский период необходимо учитывать противоречивость сознания молодежи: страх, неспособность к самостоятельности и инициативе боролись со свободомыслием, правдолюбием, желанием творить, проявлять инициативу, рисковать, действовать, брать ответственность на себя.

Рассматривая развитие молодежной культуры в позднесоветский период, необходимо выделить следующие определяющие детерминанты ее дальнейшего развития: расширение базы культурного наследия, включение ранее запрещенных позиций, проникновение в молодежную среду культуры зарубежья, продолжение полемики западников — славянофилов.

Открытие границ социокультурного пространства Беларуси вследствие распада советской системы стимулировало рост возможностей культурного выбора, обусловленный включением в глобальные сети обмена информацией и интеллектуальными ресурсами. Информационная революция соответствующим образом повлияла на национальную культурную открытость и способность к взаимному культурному обмену в среде молодежи.

Уже в XX в. молодежь и присущая ей культура стали объектом пристального внимания со стороны ученых, особенно социологов, психологов, культурологов. Заинтересовались и политики: были заложены основы активизации молодежи, приобщения ее к идейным движениям и политическим партиям, использования в интересах определенных режимов. По мнению идеологов, возрастная незрелость молодых людей могла с лихвой восполняться идейной (классовой) общностью. Молодежь легко откликалась на политические лозунги и призывы, усвоение которых не требовало ни умственной работы, ни жизненного опыта.

Социокультурная ситуация в Беларуси начала XXI в. характеризуется смысловой размытостью молодежной культуры. Смещение стилей и норм, мировоззренческих принципов и эстетических установок, явный конфликт интерпретаций в трактовке одних и тех же явлений — характерные признаки молодежной социокультурной неопределенности, налагающей свою печать на все явления и процессы современности.

Сегодня молодежь — это компьютерное поколение, поколение виртуальной реальности, поэтому ее культурные запросы и ценностные ориентиры принципиально отличаются от запросов и ориентиров предшествующих поколений.

Переоценка житейских, этико-эстетических и религиозных ценностей происходит на основе быстрого развития новых информационных технологий, что приводит молодежь к признанию рационального понимания собственного бытия, где на первый план выдвигается принцип прикладной пользы, значимый для жизни и дальнейшего саморазвития. Создается собственная социально-интеллектуальная среда, которая способствует моральной независимости, эстетической оригинальности, проявляющихся прежде всего в молодежной моде, языковом сленге, а порой в негативизме как протесте против традиций, норм, идеалов и общечеловеческих ценностей культуры общества. Молодежная культура представляет собой, скорее, субкультуру или контркультуру.

В современной молодежной культуре существует противоречие между технической «продвинутой» и мировоззренческой слаборазвитостью, пересыщением объема знаний и культурной деградацией. Это противоречие выражается в том, что полное поглощение образовательного цикла

компьютерным знанием ведет к формированию «специализированных личностей» (см. Васильева 1999, 347), которые в результате интенсивной работы за компьютером постепенно утрачивают интерес к истинным ценностям: любви, состраданию, вере, так как они не входят в круг ценностей компьютерного мира. Жизнь в «мире электронных симуляций» позволяет молодежи уйти от объективной реальности – остается только виртуальный мир, в котором жизненный опыт заменяется информацией с дисплея. Данный опыт небезопасен, так как он предполагает однообразное мышление, не учитывая интуитивного, чувственного, подсознательного. Происходит внутреннее изменение личности, порой ведущее к деградации.

Проблемы духовно-нравственной сферы усугубляются кризисом идентичности, который переживает молодежь XXI в. Кризис идентичности порождает проблемы личностного самоопределения для подрастающего поколения. В отсутствие общепринятых идеалов, принципов и норм взрослеющий человек не в состоянии обрести собственную идентичность (см. Иванов 2001, 5).

Современный молодой человек выбирает из многообразия моральных, политических, идеологических, эстетических и других ценностей. Однако объективными условиями существования он поставлен в ограниченный круг возможностей, обусловленный и генетическими, и социально-политическими, и национальными, и экономическими, и прочими факторами. Все вышеперечисленные сложности существования современной молодежи оказывают влияние на формирование и развитие молодежной культуры (см. Левикова 2002, 286).

Особенностью нашего времени является сочетание пережитков прошлого и новаций: идет процесс разрушения старых, отживших форм и возникновения новых. В полной мере это касается всех сфер жизни, в том числе и молодежной культуры. Сегодня как никогда необходима продуманная, научно обоснованная молодежная политика регулирования ее развития. Цель молодежной политики заключается в создании благоприятных экономических и политических условий, правовых гарантий, способных улучшить качество жизни молодежной популяции (не в ущерб жизнедеятельности других групп и слоев общества). Цель определяет две взаимосвязанные задачи: создание объективных условий для цивилизованного социального становления и развития подрастающего поколения (как объекта молодежной политики); создание благоприятных условий для инновационной, самостоятельной деятельности молодежи в различных сферах общества и в интересах самого общества, практической отработки новых общественных отношений и форм жизнедеятельности молодежи (как субъектов политики).

Говоря о государственных мероприятиях, призванных решать проблемы молодежи, следует подчеркнуть, что молодежная политика часто не представляет собой какой-то системы, детально регламентирующей взаимоотношения молодого поколения во всем многообразии современной жизни.

Сегодня государственная молодежная политика – это интегрирование отдельных программ и проектов, касающихся молодежи, в единое целое при усилении регулирующей роли государства. Очевидно, что на современном этапе развития молодежные группы как никогда нуждаются в общественно-государственной помощи. Через молодежную культуру должны формироваться познавательные навыки детей, воспитываться юношество, протекать основные культурные формы жизни семьи, осуществляться функции культурного оформления и передачи социального опыта пожилых людей, восполнение жизненных сил зрелого поколения.

Однако государственная политика зачастую ограничивается декларациями в защиту культуры молодежи при попутном восприятии ее как области «остаточной» в финансовом плане и подлежащей иллюзорной саморегуляции в организационно-культурном плане. Так, социально-культурная функция культурной деятельности, призванная служить целям повышения правового и нравственного уровня молодежи, считается менее эффективной, чем «наращивание мышц» силовыми структурами, пытающимися ликвидировать следствия, а не корни маргинализации населения (см. Рожнов 2005, 30–33).

Таким образом, современная действительность поставила молодого человека перед большим количеством проблем. Они обусловлены как макротенденциями (общецивилизационными изменениями, характером политического и экономического развития России и т. д.), так и просчетами государственной молодежной политики (см. Топалов 2003, 307).

Сегодня весьма часто, особенно в социологической литературе, отождествляются понятия «молодежная культура» и «молодежная субкультура». В культурологическом дискурсе необходимо разграничить эти определения, хотя и связанные между собой, но существенно различные. Молодежная культура, хотя и содержит эпатажные проявления, не нацелена на разрушение существующего национального культурного пространства, а, напротив, обогащает его своим креативным потенциалом. Молодежная субкультура – это относительно автономная культурная система, образующаяся внутри общей молодежной культуры, имеющая протестный характер,

который наиболее рельефно присутствует в стиле жизни, поведении, ценностных ориентирах ее субъектов.

Все субкультуры можно сгруппировать в несколько основных направлений: субкультура интернет-сообщества; субкультура приверженцев музыкальных вкусов (брейкеры, битломаны, роллинги); гедонистически развлекательное направление (рейверы, рэперы, золотая молодежь, «голубая тусовка», «митьки»); субкультура молодежи аполитичного характера (хиппи, панки, дредеры); идеологическое направление (пацифисты, «зеленые», отклонисты); агрессивно-криминальное направление (антифа, гопники, скинхеды, сатанисты); субкультура фанатов (спортивные, актерские) (см. Левикова 2004, 61). Каждая из этих субкультур пытается переосмыслить имеющиеся ценности и идеалы, вырабатывая свои собственные, порой отрицающие общечеловеческую мораль, право и веру.

Крайнее протестное настроение молодежи проявляется в контркультуре. Контркультура – социокультурные установки, противостоящие фундаментальным принципам, лежащим в основе той или иной культуры, характеризующиеся отказом от сложившихся социальных ценностей, моральных норм и идеалов, стандартов и стереотипов массовой культуры. Термин «контркультура» появился в западной литературе в 1960 г. Его ввел американский социолог Теодор Роззак, который попытался объединить различные духовные влияния, направленные против господствующей культуры, в относительно целостный феномен. Теория контркультуры ставила своей целью ниспровержение современной культуры, которая представлялась организованным насилием над личностью. Этот протест принимал различные формы – от пассивных до экстремистских.

Молодежная контркультура стала наиболее значимой в жизни современного человечества. Первоначально она была направлена против технократизма индустриального общества. Собственность, семья, личная ответственность и другие фундаментальные ценности современной цивилизации провозглашались предрассудками, а их защитники рассматривались как ретрограды.

Самым известным примером контркультуры стали молодежные движения битников и хиппи в 1960–70-х гг., сконцентрировавших антибуржуазные идеи и выступавших против западного образа жизни и буржуазной морали. В середине 1940-х гг. основоположники битничества Д. Керуак, У. Берроузи, А. Гинзберг стали экспериментировать с понятиями дружбы, нового видения и нового сознания. В 1950-е гг. они выпустили книги, где попытались обосновать новое миропонимание, связанное с поэтизацией мужского начала, мужественности и бунтарства, отказом от пуританства и ханжества буржуазной морали и традиций общества потребления. Эти поиски привели их на Восток, в результате последующим поколениям передался интерес к буддизму, психоделическим практикам, которыми особенно увлекались хиппи.

К 1960-м гг. спектр молодежных течений в контркультуре расширился, все чаще вовлекая в свои ряды тинейджеров – подростков от 13 до 19 лет.

Рокеры – одетые в кожу мотоциклисты, наводящие ужас на обывателей, культивирующие «мужской дух», жестокость и прямоту межличностных отношений, основанных только на физической силе. Они агрессивны, грубы, шумны и уверены в себе. Воплощением их образа жизни стала рок-музыка, тяжелый и простой ритм которой хорошо вписывался в их стиль.

Движение панков стало особенно популярным в 1970–80-е гг. Панки шокировали окружающих убогими по цвету и дизайну прическами, своими нарядами – старой школьной формой, «украшенной» мусорными пакетами, туалетными цепочками, булавками. Им противостояли те же (тедди-бойз), объявившие себя хранителями социального порядка, и моды (модернисты), стремившиеся приблизиться к среднему классу. Позже от модов откололись скинхеды, или бритоголовые, агрессивно настроенные ко всем девиантным, с их точки зрения, группам.

Движения возникают, затем их популярность идет на убыль. Рождаются новые направления, которых ждет та же судьба. Но они не исчезают бесследно. Их ценностные ориентиры растворяются в господствующей культуре, которая начинает меняться под их влиянием. Можно сказать, что контркультура обладает мощным творческим зарядом, способствующим динамике культуры в целом.

Наличие контркультуры не является специфической чертой XX–XXI вв. Противостояние господствующей культуре, рождение новых ценностей происходит снова и снова. Как контркультура возникли христианство в Римской империи, светская культура в эпоху Возрождения, романтизм в конце эпохи Просвещения. Всякая новая культура рождается в результате осознания кризиса культуры предшествующего периода на базе существующих контркультурных установок.

Молодежная культура является переходным этапом в жизни молодежи. Вместе с завершением процесса социализации и включением во взрослую жизнь молодые люди становятся либо потребителями массовой культуры, либо отдают предпочтение высокой культуре, в той или иной мере сохраняя верность некоторым элементам молодежной культуры.

Таким образом, сущностной характеристикой современной молодежной культуры, несмотря на ее неоднородность и многообразие форм и направлений, является переоценка всех ценностей предшествующих поколений с позиций рационализма и прагматизма. Романтическо-героические идеалы, где служение исключительно добру было нормой, а порой смыслом жизни, заменяются идеалами личной выгоды и пользы. Но следует отметить, что объективная реальность существующей цивилизационно-культурной среды во многом определяет стереотипы мышления и поведения молодежи, а значит, и ее ценностные ориентиры. Современная молодежная культура уникальна и является составной частью культуры общества и основой для дальнейшего культурного развития.

При наличии субкультур и контркультур сегодня можно констатировать, что в современной молодежной культуре появилась новая волна ценностного отношения к жизни, появилась тенденция к формированию мировоззрения «качества жизни», значимости деятельности в реализации своих возможностей на основе интернет-образования, развития творческих способностей.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Васильева Н. А. Молодежная культура как переоценка ценностей. Философия. СПб., 1999. С. 347.
 Иванов В. Н. Актуальные проблемы духовности, культуры и искусства // Поиск. 2001. № 1. С. 5.
 Левикова С. И. Молодежная культура. М., 2002.
 Левикова С. И. Молодежная субкультура. М., 2004.
 Рожнов О. Молодежная политика и молодежное движение в России: 15 лет перемен // Вестн. аналитики. 2005. № 3 (21). С. 30–33.
 Топалов М. К. К проблеме новых форм социальной и культурной активности молодежи // Молодежь и проблемы современной художественной культуры. М., 2003.
 Поступила в редакцию 10.06.2014.

Ольга Валерьевна Дубровская – аспирантка кафедры истории журналистики Института журналистики БГУ. Научный руководитель – доктор исторических наук, профессор кафедры истории журналистики Института журналистики БГУ О. Г. Слука.

УДК 070.15(476)(043.3)+32.019.51(510)(043.3)

ХУНЯНЬ ЮЙ

КОНСТРУИРОВАНИЕ ИМИДЖА КИТАЯ В ПЕЧАТНЫХ СМИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Резюме. Предметом данной статьи выступают сообщения трех белорусских СМИ – «СБ», «Комсомольской правды в Белоруссии» и «Экономической газеты», – опубликованные в 2013 г. и касающиеся Китая. Проанализированы сами материалы, их тональность и размещение под определенной рубрикой. Белорусские СМИ в основном сообщают о Китае политические и экономические новости и мало публикуют информации социального характера, поэтому формируют имидж Китая как страны, с одной стороны, с быстроразвивающейся экономикой, а с другой – имеющей множество проблем. На взгляд автора, основные факторы, влияющие на формирование в белорусских массмедиа имиджа КНР, следующие: во-первых, при выборе сообщения СМИ стремятся угодить вкусам аудитории и поэтому чрезмерно увеличивают конфликтность текста; во-вторых, рассматривают все новости сквозь призму интересов своей страны, своей нации и самих СМИ; в-третьих, культурные и языковые различия между двумя странами затрудняют понимание белорусскими журналистами многих проблем и явлений Китая; в-четвертых, Беларусь и Китай имеют различные интерпретации демократии и свободы, а также разные идеологические ценности.

Ключевые слова: имидж Китая; печатные СМИ Республики Беларусь; тональность сообщения; факторы влияния.

Abstract. The subject of this article appears research posts Belarusian media, published in 2013 and concerning China. In the three media – «SB», «Komsomolskaya Pravda in Belarus» and «Economic Newspaper». The purpose of this study is to analyze all material relating to China, at the same time studied the message itself, its tone and placement under a specific heading. Belarusian media reported mainly political and economic news about China and very little published information of a social nature, so form the image of China as a country with one hand, with growing economies, and on the other – having a plurality problem. According to the author's opinion, the factors influencing the formation of China's image in the media have Belarusian following: first, the choice of media reports tend to cater to the tastes of the audience, reports excessive increases «conflict» news, and secondly, the media of any country forming the image of other countries, the main factor is the maintenance of their interests country, the nation and the media themselves, and thirdly, the history and differences of culture and language affect the understanding of these issues and many journalists phenomena in China, they often simply do not understand the situation from the standpoint of the Chinese, and fourthly, Belarus and China have different interpretations of «democracy» and «freedom», as well as different ideological values.

Key words: China's image; the print media of the Republic of Belarus; the tone of the message; influencing factors.

Данная статья посвящена исследованию сообщений белорусских СМИ, опубликованных в 2013 г. и касающихся Китая. В трех СМИ – «СБ», «Комсомольская правда в Белоруссии» и «Экономическая газета» – были проанализированы все материалы, касающиеся Китая; при этом исследовалось само сообщение, его тональность (положительная, отрицательная или нейтральная) и размещение под определенной рубрикой. Анализ рубрик, в частности, показал, что белорусские СМИ в основном сообщают о Китае политические и экономические новости и крайне мало публикуют информации социального характера, поэтому формируют имидж Китая как страны, с одной стороны, с быстроразвивающейся экономикой, а с другой – имеющей множество проблем. Кроме того, в статье анализируются факторы, влияющие на формирование имиджа КНР в белорусских массмедиа (различия в идеологии, государственных интересах, истории и культуре и др.).